

УДК 070

Т. Падерина,
студент

Южно-Уральского государственного университета

г. Челябинск, Россия

© Т. Падерина

**МУЛЬТИМЕДИЙНОЕ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЕ «[ШТА]
ДЕЛАТЬ? ПЕРВЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ»
КАК ИНТЕРАКТИВНЫЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ ПРОЕКТ**

Аннотация. В данной статье описывается деятельность интернет-журнала «[Шта] делать? Первый гуманитарный», рассказывается о его целевой аудитории, идее и темах статей, стиле издания, говорится о распределении обязанностей между членами редакции, об иллюстрациях, используемых в журнале, отмечаются плюсы и минусы подобной практической деятельности студентов.

Ключевые слова: Конференция «Мультимедийная журналистика Евразии», мультимедийное интернет-издание, студенческий проект, гуманитарии

Abstract. Activity of Internet magazine «[Shta] to do? The first humanitarian» is described in this article, it is told about its target audience, about its idea and subjects of articles, style of publication, about distribution of duties between members of edition, about illustrations, that are used in magazine, advantages and disadvantages of such practical activity of students are noted.

Keywords: Multimedia Journalism of Eurasia conference, multimedia Internet edition, student's project, humanists

Мультимедийное Интернет-издание «[Шта] делать? Первый гуманитарный» является результатом учебно-практической деятельности студентов второго курса кафедры русского языка и литературы ЮУрГУ.

Название издания говорит само за себя – «[Шта] делать? Первый гуманитарный». Вопросы, затронутые в журнале, невероятно актуальны для достаточно большого количества молодых людей: целевая аудитория журнала – студенты гуманитарных специальностей, обучающиеся в Челябинске. Основная тема издания – как выжить студенту-гуманитарию в жестоком техническом мире – весьма актуаль-

на: студенческая редакция журнала полным составом учится в изначально техническом вузе (ЮУрГУ) на гуманитарной специальности.

Новизна идеи заключается в том, что темы, поднятые в статьях, дают информацию, которую действительно можно применить в реальности. Издание соединяет в себе:

1. Полезные статьи-лайфхаки: «Нищий тусовщикъ» расскажет о том, какие интересные места можно посетить в Челябинске, не нанеся значительного вреда финансам, «РеПОНТаж» продемонстрирует самые привлекательные для челябинского Лирика заведения, а «Кушанье за 100» поделится секретом, как бедному студенту не остаться голодным.

2. Занимательную информацию об исторических личностях: «К успеху шёл» покажет путь Ломоносова из Архангельска к мировой известности.

3. Разнообразные обзоры книг, фильмов и музыки: «Шта почитать», «Шта посмотреть», «Шта послушать».

4. Актуальные для челябинских гуманитариев новости о студенческом мире, а также фотоинформацию о Лириках по всей России и за рубежом: «Гум'Но» и «Прециозный инстачь».

5. Рубрики обратной связи с читателями («FeedBack»), тесты.

В журнале затронуты аспекты, интересующие не только массовую аудиторию, но и научную. Поэтому стиль издания было решено сделать научно-популярным, чтобы привлечь не только обычных читателей, но и представителей научной среды.

Журнал издается раз в месяц, три месяца подряд в учебном семестре. Темы этих выпусков:

- «Как выжить на стипендию» – выпуск первый посвящен своевременной после лета и неограниченных расходов теме возвращения к скромному студенческому бюджету.

- «Как выжить среди технарей» – данная тема не теряет актуальности никогда!

- «Как выжить в сессию» – последний выпуск будет издан в середине-конце декабря, когда тема сессии станет наиболее часто обсуждаемой среди студентов.

Журнал представляет собой мультимедийное Интернет-издание, созданное в формате PDF, что делает его комфортным для просмотра и ознакомления. «[Шта] делать? Первый гуманитарный» размещается на сайте кафедры русского языка и литературы ЮУрГУ, а также в группе филологов ВКонтакте. Анонс каждого нового выпуска публикуется в Instagram.

С самого начала между студентами были четко распределены обязанности: один человек взял на себя роль главного редактора, основная функция которого – определение темы для статей, наблюдение за своевременной их сдачей в рубрики, а также общий ~~ниже~~ контроль деятельности членов редакции. Три других студента были назначены корректорами. В их задачи входила проверка статей на наличие ошибок, соответствие текста указанной теме, а также на общее впечатление от прочтения. Следующий обучающийся получил роль дизайнера – в его обязанности входило создание обложки журнала, а также текстур страниц. Ещё двое студентов выбрали деятельность верстальщиков. Получая материал от дизайнера, они занимались оформлением номеров страниц, обложки, задней части, а затем загрузкой в документ текста и его подгонкой, помещением в него иллюстраций, картинок и их выравниванием, далее – конвертированием текста в PDF-формат. Остальные студенты реализовывали себя в роли журналистов, их целью было нахождение материала и написание по нему статей, создание интервью или Топов (Топ-10).

Так как темой выпуска был вопрос «Как выжить на стипендию?», на обложке было решено изобразить типичного студента-гуманитария со свойственными ему проблемами: нехваткой денег на еду и времени на учёбу.

Стоит отдельно рассказать о фигурке, используемой для нумерации страниц. Данное существо – не просто картинка, а оригинальная идея редакции, созданная ещё на первом курсе. Основой для задумки стал персонаж Смаппет из веб-комикса Homestuck, однако он был переработан и назван Бодуэнкой в честь изучаемого в то время на парах по языкознанию российского и польского лингвиста Бодуэна де Куртенэ.

Журнал, создаваемый юными филологами, не мог обойтись без своеобразных молодежных, а в том числе и филологических «шуточек». Их можно заметить, лишь прочитав название рубрик: «РеПОН-Таж», «К успеху шёл», «Демагогии», «Тусовщикъ», «Прециозный инстачъ», «Страничка филасафа». Некоторые названия – известные и популярные в соцсетях фразы и слова-клише, другие же – слова более высокого стиля, используемые для создания иллюзии о богатейшем лексиконе редакции, третьи – со специально и не по правилам поставленным на конце твердым знаком, ведь филологи должны «знать» старославянский язык (а так как «кроме филологов его никто не знает», на счет правильности/ошибочности постановки буквы речь не идёт)!

В издании также присутствует персонально созданная редакцией реклама. Основной её целью является привлечение людей на сайт кафедры русского языка и литературы, а также на страницу кафедры Вконтакте.

В таком виде практической деятельности есть свои положительные и отрицательные стороны. К плюсам можно отнести:

- Развитие навыков по созданию разных типов текстов;
- Работа с жанрами журналистских текстов;
- Улучшение умения писать на заданные темы;
- Приучение студентов к работе в рамках дедлайна;
- Развитие умения писать в рамках задания главного редактора;
- Улучшение навыка командной работы.

Однако можно отметить и некоторые минусы:

- Неумение начинающих журналистов правильно подобрать тему, соответствующую теме выпуска;
- Изрядный объем работ для проверки корректоров;
- Сложность в деятельности верстальщиков в связи с недавним знакомством со специальными программами;
- О, это чувство, когда ты пропустил время первого дедлайна...

Напоследок добавим, что знания, приобретенные при создании журнала, могут пригодиться студентам в их будущей профессиональной деятельности, а также для успешной реализации собственных возможностей в современных гуманитарных специальностях.

УДК 070

А. Пинаева,
студент

*Елецкого государственного университета
имени И.А. Бунина*

г. Елец, Россия

© А. Пинаева

*Научный руководитель –
доктор филологических наук, доцент
А.А. Дякина*

КРУПНЕЙШИЕ ЮБИЛЕИ РОССИЙСКОЙ ПЕЧАТИ: ОТ ПРОШЛОГО К СОВРЕМЕННОСТИ

Аннотация. В данной статье мы оценили значение выхода первой российской газеты «Ведомости», проанализировали материалы